

Danyi Pál-- Z. Karvalics László

**Árak közlése a nyomtatott sajtóban – történelmi és politikai áttekintés,  
1760-tól 1989-ig**

Az utóbbi évtizedekben az információközlés lehetősége csaknem határtalanná és elenyészően olcsóvá vált: szinte már csak az információ visszatartása követel erőfeszítést. Történelmi léptékben azonban ez mindig fordítva volt: az információ közlése, megosztása, másokhoz való eljuttatása követelt jelentős erőforrást és erőfeszítést.

Az árinformációk az időszaki sajtótermékekben megjelenő információtípusok egyik leggyakoribb fajtáját jelentik, a modern lapkiadás kezdetei óta.

Az előadás egy kutatás kezdeti szakaszába kalauzol. Arra vagyunk kíváncsiak, hogy ha rendszerezett formában feltárjuk a sajtótermékekben közölt árakat, és abból tipológiát készítünk (árlisták, árfolyamok, hirdetésekben szereplő árak stb.), akkor az időtengely mentén tapasztalt változások önálló szakaszokat rajzolnak-e ki, vagy egybeesnek a tárgyalt 250 év sajtótörténeti/köztörténeti szakaszaival? Miként befolyásolják az árinformáció közlését olyan hatások, mint a politika, a háborúk vagy gazdasági események?

Mindez azt is jelenti, hogy az információfogyasztás sajtóra alkalmazott háromszögének négy elemét összekötő hat kapcsolatból most mindössze egyet, a sajtó/árinformáció kapcsolatot vizsgáljuk. Hogy arra is válaszolni lehessen, mindez az információfogyasztás, a felhasználás oldalán hogyan hasznosul, más kutatási módszerek kellenek, s feltárandó az is, hogy a sajtó és a kínálati oldal egymásra találásának milyen egyéb csatornái vannak az ismerteken kívül.



A Mária Teréziától napjainkig tartó áttekintés értelmét az adhatja, hogy sikerül jó korszakolást adni, új összefüggéseket kinyerni, változási mintázatokat felismerni, s azokhoz okokat, magyarázatokat rendelni.

A sajátos kategóriát jelentő hirdetésekkel külön foglalkozunk, különös tekintettel arra, hogy a hirdetések árának közlése sokszor akár még az újság előfizetési áránál is fontosabb információként jelent meg (gyakran címoldalon).